

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR

**MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI PENUNJANG
PROMOSI KATERING NAYAKA**



**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Tugas Akhir
Guna Mencapai Gelar Ahli Madya Dalam
Bidang Desain Komunikasi Visual**

Oleh :

SETYO BUDI SANTOSO

C 9506089

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
2010**

LEMBAR PERSETUJUAN

Konsep Karya Tugas Akhir dengan Judul :

MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI KATERING NAYAKA

Telah disetujui dan diterima untuk diajukan dihadapan penguji

Pembimbing I

Pembimbing II

Andreas Slamet W, S.Sn

NIP. 19751201200112 1 002

Anugrah Irfan Ismail, S.Sn

NIP. 19830702 200812 1 003

Koordinator Tugas Akhir

Arief Iman Santoso, S.Sn

NIP. 19790327 200501 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir

Diterima dan disahkan oleh Panitia Penguji Tugas Akhir
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Univesitas Sebelas Maret Surakarta
Pada Tanggal

Panitia Penguji

Ketua Sidang Tugas akhir

(Andreas S. Widodo, S.Sn)

NIP. 132 297 278

(.....)

Sekretaris Sidang Tugas akhir

(Esty Wulandari, S.Sos, M.Si)

NIP. 19791109 200801 2 015

(.....)

Penguji I

(Drs. Ahmad Kurnia W)

NIP. 19430726 198003 1 001

(.....)

Penguji II

(Anugrah Irfan Ismail, S.Sn)

NIP. 19830702 200812 1 003

(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Ketua Jurusan
D3 Desain Komunikasi Visual

(Drs. Sudarno, MA)
NIP. 131 472 202

(Andreas S. Widodo, S.Sn)
NIP. 132 297 278

MOTTO

Inno vate or DIE

PERSEMBAHAN

*Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk
Ibu, Bapak dan seluruh keluarga tercinta*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena rahmat dan karunia – Nya, maka penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, sebagai syarat menempuh mendapatkan gelar Ahli Madya dalam program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Sebelas Maret Surakarta

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, diantaranya :

1. Drs. Sudarno, MA. Selaku Dekan Fakultas Sasta dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.

2. Andreas S. Widodo, S.Sn selaku Ketua Program D3 DESKOMVIS dan Pembimbing I Tugas Akhir
3. Anugrah Irfan Ismail, S.Sn selaku Pembimbing II Tugas Akhir
4. Havid Agus Susilo, selaku pemilik Katering Nayaka
5. Keluarga, teman-teman dan seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua orang, baik bagi penulis maupun setiap orang yang membaca. Apabila ada yang salah dalam penulisan, penulis mohon kritik dan sarannya.

Surakarta, Juli 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan	3

BAB II IDENTIFIKASI DATA	4
A. Data Perusahaan	4
B. Data Produk.....	7
C. Data Pemasarn dan Promosi	13
D. Data Audience.....	15
E.	
Kompetitor.....	16
BAB III KONSEP RANCANGAN	17
A. Konsep Karya	17
B. Konsep Perancangan	18
C. Perancangan Media	26
D. Karya.....	27
BAB IV VISUALISASI KARYA	34
A. <i>Stationery</i>	34
B. Souvenir.....	
37	
C. Media In Door	40
D. Media Out Door	47
BAB V PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran-saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

**MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI PENUNJANG
PROMOSI KATERING NAYAKA**

Setyo Budi Santoso¹
Andreas S Widodo, SSn² Anugrah Irfan Ismail, SSn³

¹ Mahasiswa Jurusan Desain Komunikasi Visual dengan NIM C 9506089

ABSTRAK

2010. Pengantar tugas akhir ini berjudul Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Promosi Katering Nayaka. Adapaun masalah yang di kaji adalah bagaimana merancang promosi yang efektif dan tepat sasaran untuk menunjang pemasaran katering nayaka. Pada saat ini dapat dilihat karakteristik masyarakat di wilayah Surakarta dalam setiap menyelenggarakan hajatan beralih sebelum menggunakan system rewang menjadi catering. Di solo terdapat katering yang sudah berdiri satu tahun yang bernama nayaka. Alasan didirikan katering nayaka antara lain : posisi katering nayaka yang strategis yang berhadapan dengan gedung PURWAHAMIJAYAN kraton Surakarta, adanya SDM dalam hal pemasaran dan ahli masak yang cukup memadai. Dengan demikian penulis berkeinginan untuk lebih memperkenalkan katering nayaka dengan cara membuat mdia promosi yang menarik dan tepat sasaran.

BAB I

² Dosen Pembimbing I

³ Dosen Pembimbing II

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini dapat di lihat bahwa karakteristik masyarakat di wilayah Surakarta dan sekitarnya dalam setiap menyelenggarakan hajatan baik itu resepsi pernikahan, ngunduh mantu, khitanan maupun acara lainnya cenderung beralih dari yang sebelumnya menggunakan sistem *rewangan* berubah menjadi sistem yang praktis yaitu dengan menggunakan jasa *catering*.

Peralihan ini mulai terjadi setelah tahun 2000 dimana terdapat beberapa katering yang banyak bermunculan di kota Surakarta. Perkembangan katering tersebut sangat berpeluang dalam usaha memberikan pelayanan terhadap masyarakat (konsumen) yang sedang membutuhkan dalam acara hajatan. Melihat kesempatan yang terbuka lebar tersebut besar harapan para pengusaha katering untuk ikut terjun dalam kompetisi dunia boga tersebut.

Di Solo terdapat katering yang sudah berdiri satu tahun yang lalu di lingkungan Kraton Kasunanan Surakarta yang beralamat di Jl. Mangkubumen No.73 Baluwarti Surakarta (sebelah Barat Gedung Purwohamidjajan), dengan nama “Katering Nayaka”. Folosofi nya diambil dari bahasa Jawa Kuno atau Sansekerta yaitu Nayoko yang artinya adalah memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dengan wujud kenikmatan cita rasa masakanya.

Melihat kondisi Katering Nayaka yang baru berumur satu tahun dan masih belum terkenal maka pen₁ minat merancang media promosi yang

menarik dan tepat sasaran untuk mensosialisasikan Katering Nayaka kepada masyarakat banyak (konsumen), dengan membuat media promosi yang menarik dan sesuai penerapannya maka penulis berharap Katering Nayaka akan menjadi pilihan utama masyarakat (konsumen) Surakarta dalam setiap acara hajatan.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah merancang promosi yang efektif dan tepat untuk menunjang pemasaran Katering Nayaka ?
2. Bagaimanakah merancang Media Komunikasi Visual yang sesuai untuk diterapkan dalam promosi Katering Nayaka ?

C. Tujuan

Dalam menghadapi beberapa permasalahan yang telah disebut di atas, maka dilakukan promosi yang bertujuan :

1. Merancang media promosi yang kreatif dan efektif sebagai pendukung promosi Katering Nayaka.
2. Merancang Media Komunikasi Visual dengan konsep yang kreatif dan segar dengan visualisasi berupa materi-materi promosi maupun elemen grafis yang mendukung dan sesuai dengan karakter produk yang akan diterapkan dalam promosi pemasaran Katering Nayaka.

MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI KATERING NAYAKA



Diajukan Guna Memenuhi Syarat Ujian Diploma III
Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Sastra dan Seni Rupa

Disusun oleh :

SETYO BUDI SANTOSO

C9506089

UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010

BAB II

IDENTIFIKASI DATA

A. Data Perusahaan

Katering Nayaka terletak di lingkungan Kraton Kasunanan Surakarta yang beralamat di Jl. Mangkubumen No. 73 Baluwarti Surakarta (sebelah Barat Gedung Purwohamidjajan atau ndalem Brotodiningratan). Filosofis nama Nayaka diambil dari bahasa Jawa Kuno atau Sansekerta yaitu Nayoko yang artinya adalah memberikan pelayanan dengan sepenuh hati.

Usaha ini didikan oleh Havid Agus Susilo pada tahun 2009 dengan latar belakang bahwa karakteristik masyarakat terutama di wilayah Surakarta dan sekitarnya dalam hal mempunyai hajatan baik itu resepsi pernikahan, ngunduh mantu, khitanan maupun acara-acara lainnya cenderung beralih dari yang

sebelumnya menggunakan sistem *rewangan* berubah menjadi sistem yang praktis yaitu dengan menggunakan jasa *catering*. Gagasan mendirikan usaha ini merupakan cita-citanya sejak masih duduk di bangku kuliah, akan tetapi baru dapat diwujudkan pada 1 tahun yang lalu.

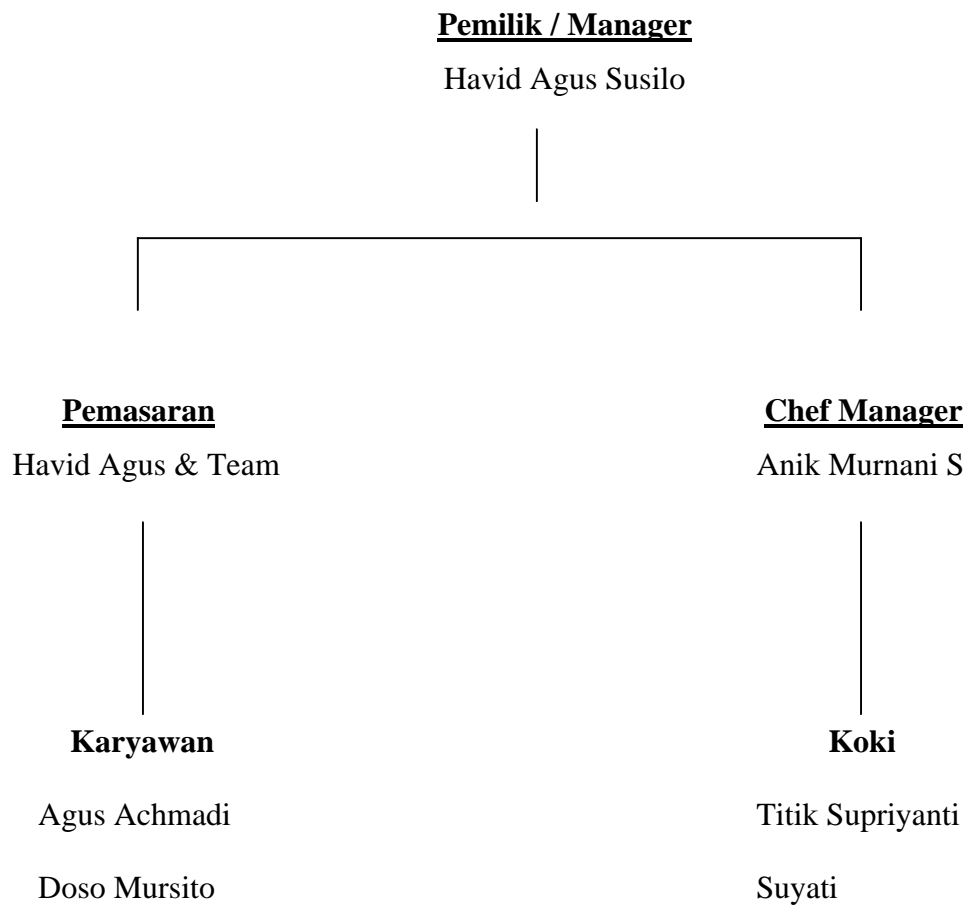
Pemilik baru merealisasikan usahanya satu tahun yang lalu karena dia berusaha untuk mempelajari metode serta tehnik agar usahanya dapat berjalan lancar dan berusaha untuk mencari relasi serta pihak-pihak yang dapat digandeng untuk kerja sama dalam melakukan usaha tersebut. Hal ini terbukti bahwa pihaknya dapat menggandeng beberapa relasi seperti pemilik atau pengelola gedung-gedung resepsi, mobil manten baik modern maupun klasik, group sinoman, rias, dekorasi, foto dan video serta lembaga perbankan. Kerjasama ini perlu dilakukan karena catering Nayaka tidak hanya memberikan produk jasa makanan resepsi tetapi juga berorientasi dalam acara secara keseluruhan.

Adapun beberapa alasan kenapa didirikannya Katering Nayaka antara lain sebagai berikut:

1. Adanya peluang yang cukup besar dalam penyediaan jasa boga tersebut.
2. Posisi catering ini didirikan yaitu di lingkungan Jl. Mangkubumen Baluwarti Surakarta sangat strategis karena letaknya yang tepat berdampingan dengan Gedung Purwohamidjajan atau ndalem Brotodiningratan yang notabennya adalah Gedung Pertemuan milik keluarga Kraton Kasunanan Surakarta.
3. Adanya SDM dalam hal pemasaran dan ahli memasak yang cukup memadai.

4. Adanya dukungan dari beberapa instansi atau lembaga yang siap untuk digandeng sebagai mitra kerja antara lain (beberapa pengelola gedung pertemuan, studio rias dan foto, EO perkawinan, perbankan yang memberikan kredit konsumtif, serta beberapa instansi lainnya).
5. Adanya beberapa pesaing yang selama ini hanya mengandalkan pesanan tanpa didukung oleh system pemasaran yang terstruktur.

Struktur Organisasi



Sentot

Menuk Amano

Kurnia

Rochayati

Yudho Hananto

B. Data Produk

Katering Nayaka menawarkan berbagai macam paket resepsi yang terbagi dalam 2 kelompok besar yaitu paket menu makanan dan paket acara yang terdiri dari :

1. Paket menu makanan terdiri dari :

a. Paket A (Menu Bredak) harga Rp. 11.500,00

- Teh
- Snack 2 macam (paket)
- Sup Sulung Dayung (Ayam Seset)
- Nasi racikan
 - Sambel Goreng Ati

- Cap Jay / Pak Lay / Orak Arik
 - Bistik Glinding / Hati / Lidah
 - Acar Segar
 - Krupuk
 - Es Buah / Puter
- b. Paket B (Menu Kawung) harga Rp. 12.500,00
- Teh
 - Snack 2 macam (asin + manis)
 - Sup Galantin
 - Nasi racikan
 - Sambel Goreng Ati
 - Cap Jay / Pak Lay / Orak Arik
 - Bistik Glinding / Hati / Lidah
 - Acar Segar
 - Krupuk
 - Es Buah / Puter
- c. Paket C (Menu Parang) harga Rp. 13.500,00
- Teh
 - Snack 2 macam (asin + manis)
 - Sup Bunga / Rolade
 - Nasi racikan
 - Sambel Goreng Ati

- Cap Jay / Pak Lay / Orak Arik
 - Bistik Glinding / Hati / Lidah
 - Penyon / Nugget
 - Acar Segar
 - Krupuk
 - Es Buah / Puter
- d. Paket D (Menu Sido Luhur) harga Rp. 14.500,00
- Teh
 - Snack 2 macam (asin + manis)
 - Sup Bunga / Rolade
 - Nasi racikan
 - Sambel Goreng Ati
 - Cap Jay / Pak Lay / Orak Arik
 - Bistik Glinding / Hati / Lidah
 - Udang Goreng / Penyon / Nugget
 - Acar Segar
 - Krupuk
 - Es Buah / Puter / Es Krim + agar-agar
- e. Paket E (Menu Sido Mukti) harga Rp. 15.500,00
- Teh
 - Snack 2 macam (asin + manis)
 - Sup Matahari

- Nasi racikan
 - Sambel Goreng Ati
 - Cap Jay / Pak Lay / Orak Arik + Semur Daging
 - Bistik Glinding / Hati / Lidah
 - Udang Goreng / Penyon / Nugget
 - Acar Segar
 - Krupuk
 - Es Buah / Puter / Es Blok
- f. Paket F (Menu Wahyu Tumurun) harga Rp. 17.000,00
- Teh
 - Snack 2 macam (asin + manis)
 - Bestik Galantin / Selat Segar / Aneka Sup
-
- Nasi Gunung Sari
 - Sambel Goreng Ati
 - Terik Daging
 - Klengkam
 - Udang Goreng / Ayam Manis / Sosis
 - Ayam Kuning + Timun / Sledri
 - Krupuk
 - Es Buah / Puter / Es Blok

2. Paket acara terdiri dari :

a. Paket Menu Sadewa dengan harga Rp. 10.000.000,00

- Gedung
- Meja Kursi
- Sound Sistem
- Dekorasi Kembar Mayang
- Tuwuhan
- Rias Pengantin
- Mobil Pengantin
- Katering 350 porsi
- Foto Liputan 2 Rol
- Shoting 2 CD
- MC / Pambyoworo

b. Paket Arjuna dengan harga Rp. 15.000.000,00

- Gedung
- Meja Kursi
- Sound Sistem
- Dekorasi Kembar Mayang
- Tuwuhan
- Rias Pengantin

- Mobil Pengantin (Modern / Klassik)
 - Katering 500 porsi
 - Undangan 250
 - Souvenir 250
 - Foto Liputan 2 Rol
 - Shoting 2 CD
 - MC / Pambyoworo
 - Hiburan
- c. Paket Bima dengan harga Rp. 27.500.000,00
- Gedung
 - Meja Kursi
 - Sound Sistem
 - Dekorasi Kembar Mayang
 - Tuwuhan
 - Rias Pengantin
 - Mobil Pengantin (Modern / Klassik)
 - Katering 750 porsi
 - Undangan 350
 - Souvenir 350
 - Foto Liputan 3 Rol
 - Shoting 3 CD
 - MC / Pambyoworo

- Hiburan
- d. Paket Puntadewa dengan harga 45.000.000,00
- Gedung
 - Meja Kursi
 - Sound Sistem
 - Dekorasi Kembar Mayang
 - Tuwuhan
 - Rias Pengantin
 - Mobil Pengantin (Modern / Klassik)
 - Katering 1000 porsi
 - Undangan 500
 - Souvenir 500
 - Foto Liputan 3 Rol
 - Shoting 4 DVD
 - MC / Pambyoworo
 - Hiburan

C. Data Pemasaran dan Promosi

Katering Nayaka yang baru berdiri pada tanggal 30 Oktober 2009 sudah melayani beberapa even baik itu resepsi pernikahan, ngunduh mantu ataupun aqiqoh. Sampai dengan bulan ini Katering Nayaka rata-rata menangani 2 acara dalam satu bulan dengan jumlah tamu dari 200 orang sampai dengan 1.000 orang.

Adapun menu makanan yang sering laku adalah menu Kawung dan Bredak yang harganya Rp. 11.500,00 dan Rp. 12.500,00 mengingat menu tersebut harganya relative murah dan rasa yang disajikan juga enak karena para koki yang sudah mempunyai pengalaman memasak belasan tahun di catering lainnya.

Sedangkan untuk promosi saat ini yang dilakukan oleh Team Katering Nayaka belum dapat membuat media promosi yang ideal. Promosi yang dilakukan saat ini baru sebatas membuat papan nama dan brosur untuk di bagikan di pasar, door to door, dan masyarakat umum. Selain itu pihak Katering Nayaka juga membuat beberapa spanduk untuk sponsor warung-warung makan dan pasar yang mudah dilihat banyak orang.

Untuk promosi yang dilakukan oleh pemilik / owner yang kebetulan bekerja di salah satu lembaga Perbankan, maka pihak pemilik / owner juga turun tangan sendiri untuk pemasaran dengan cara melakukan lobi-lobi kepada nasabahnya juga lobi-lobi terhadap pihak terkait seperti salon dan rias manten, pedagang pasar, pemilik gedung, pengusaha bunga, percetakan, dll.



Papan Nama

Papan Nama ini di desain dengan menampilkan logo Katering Nayaka, alamat rempat serta tanda panah penunjuk letak Katering tersebut, yang bermaksud untuk mempermudah konsumen untuk menemukannya.



Brosur

Brosur ini dibuat untuk disebarakan kepada masyarakat luas, yang di dalamnya berisi daftar menu dan daftar paketan acara yang ditawarkan oleh Katering Nayaka, di brosur juga tertera logo dan alamat Katering Nayaka.



Spanduk

Spanduk ini dibuat untuk menyponsori warung-warung makan di daerah Solo, di dalam spanduk itu tertera nama warung dan logo dan alamat lengkap

Katering Nayaka serta berbagai jenis produk yang ditawarkan oleh Katering Nayaka tersebut.

D. Target Audience

Adapun target audience dalam promosi Katering Nayaka ini adalah sebagai berikut :

a. Segmentasi

1) Demografis

Usia : 25 tahun ke atas

Jenis kelamin : semua jenis kelamin

Pendidikan : minimal SMA

2) Psikologis

Kalangan masyarakat dengan kesibukan yang padat, memiliki pemikiran praktis, mengutamakan efektifitas dan efisiensi waktu serta bergaya hidup modern.

3) Geografis

Masyarakat yang berdomisili di eks Karisedenan Surakarta.

E. Kompetitor

Unutuk daerah Surakarta, tentunya Katering Nayaka mempunyai banyak kompetitor. Namun ada 2 kompetitor yang perlu untuk diperhitungkan karena pengalaman yang sudah lebih senior. Dua kompetitor tersebut adalah :

1. Katering Tutri S

Katering Tutri S yang berada di wilayah Tirtoyoso Manahan yang berdiri sejak tahun 1987 ini sudah mempunyai pengalaman yang sangat matang. Katering Tutri S yang didirikan oleh Ibu Tutriyanti saat ini juga bekerja di Departemen Tenaga Kerja telah mempunyai jaringan dan pelanggan yang sangat banyak.

2. Katering Lusia

Katering Lusia yang berada di wilayah Langensari, Baluwarti, Surakarta yang berdiri sejak tahun 1995 ini sudah mempunyai pengalaman yang sangat matang. Katering Lusia yang didirikan oleh Ibu Sarwani saat ini juga bekerja di Pemkot Surakarta juga telah mempunyai jaringan dan pelanggan yang sangat banyak.

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Karya

1. Strategi Kreatif

Secara umum periklanan dapat diartikan sebagai usaha untuk memberikan informasi tentang produk kepada “target *audience*” sebanyak-banyaknya. Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi yang terdiri atas informasi dan gagasan tentang

suatu produk yang ditujukan kepada khalayak secara serempak agar memperoleh sambutan.

Strategi kreatif adalah tentang bagaimana cara kita menyampaikan pesan dari Katering Nayaka melalui komunikasi visual yang kreatif, tentu saja harus tepat sasaran, sehingga dapat mempromosikan kepada masyarakat luas. Dalam perancangan dan perencanaan media promosi yang digunakan, dirumuskan strategi kreatif yang terdiri dari gaya desain sebagai unsur pendukung. Strategi kreatif yang digunakan, yaitu memakai konsep periklanan dengan strategi positioning dan *unique selling preposition* (USP) terhadap citra dan keunggulan yang dimiliki oleh Katering Nayaka dengan tujuan :

- a. Mengenalkan Katering Nayaka kepada masyarakat luas
- b. Menciptakan sebuah desain komunikasi visual untuk media promosi yang unik, kreatif dan komunikatif untuk Katering Nayaka.
- c. Menumbuhkan kepercayaan masyarakat akan cita rasa Katering Nayaka.
- d. Menggunakan strategi visual yang menarik untuk mempromosikan Katering Nayaka ke masyarakat luas.

17

2. Positioning

Strategi *Posiotioning* sebagai dasar strategi pemasaran, dikemukakan oleh Jack Trout dan Al Ries pada awal tahun 1970-an dan menjadi dasar yang populer pengembangan strategi kreatif. Gagasan umum positioning adalah menempatkan sebuah produk untuk mendapatkan posisi yang lebih baik dalam benak konsumen. Maka positioning perencanaan ini adalah menempatkan Katering Nayaka sebagai katering yang memberikan pelayanan di setiap acara hajatan, dengan maksud supaya

setiap acara hajatan menggunakan jasa Katering Nayaka. Serta mengusung slogan “Hajatan jadi nikmat dengan Katering Nayaka”.

3. USP (*Unique Selling Proposition*)

Strategi *Unique Selling Proposition* dikembangkan oleh Rosser Reeves. Strategi ini berorientasi pada keunggulan atau kelebihan produk yang tidak dimiliki oleh produk saingannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka keunggulan yang akan diorientasikan dalam promosi ini adalah rasa masakan yang enak dan pelayanan yang memuaskan serta harga yang relatif ekonomis untuk konsumen dalam menggunakan jasa Katering Nayaka.

B. Konsep Perancangan

1. Strategi Visual Secara Umum

- a. Menggunakan desain visual yang unik dalam *lay out*nya agar kelihatan lebih menarik.
- b. Menampilkan desain yang menarik dan mudah diingat, agar mudah diterima oleh khalayak sasaran
- c. Menciptakan identitas atau karakteristik yang mempunyai ciri khas tersendiri baik dalam logo, warna, slogan ilustrasi dan tipografi yang bagus agar menarik sehingga dapat menanamkan kepercayaan konsumen

2. Strategi Visual Secara Verbal

Strategi visual verbal merupakan naskah iklan (*copywriting*) dalam tiap material promosi yang terdiri dari kepala berita/judul (*head line*), anak judul (*sub*

headline), slogan (*key word*), serta kalimat dasar (*base line*) yang semuanya itu saling memperjelas satu sama lain.

a. Kepala berita/judul (*headline*)

Headline seringkali berupa pernyataan yang terdiri dari satu kalimat atau dua kalimat, dan ditampilkan secara menyolok bahkan *headline* ini lebih mudah dilihat daripada dibaca (Frank Jefkins, 1996 : 233). Dalam materi promosi ini *headline* yang digunakan adalah Logo dari Katering Nayaka serta tulisan nikmat dan ekonomis, dalam kalimat tersebut ingin menampilkan bahwa Katering Nayaka adalah *catering* yang mempunyai cita rasa yang nikmat dan harga yang ekonomis.

b. Teks (*bodycopy*)

Teks berperan sebagai pengembang gagasan yang terdapat pada judul. Teks berisi uraian pesan, penjelasan tentang produk bersangkutan. Yang perlu diperhatikan dalam menyusun teks adalah : tidak bertele-tele, kata-kata yang digunakan spesifik, mudah diingat, sopan tidak bertentangan dengan norma dalam masyarakat, serta tidak menjelekkan perusahaan lain. Dalam hal ini teks atau *bodycopy* yang di gunakan adalah menu yang di tawarkan di catering Nayaka.

c. Kalimat Dasar (*baseline*)

Merupakan kalimat penjelas dalam menyampaikan identitas atau nama perusahaan atau industri yang bersangkutan, dalam penulisan *baseline* tersebut menampilkan nama dan alamat secara jelas. Dalam hal ini adalah “Katering Nayaka”.

d. Slogan

Untuk mencerminkan dan memberikan gambaran kepada konsumen bahwa Katering Nayaka adalah catering yang menawarkan menu dengan cita rasa yang nikmat dan harga yang ekonomis maka slogan yang digunakan adalah “Acara jadi nikmat dengan Katering Nayaka”.

3. Strategi Visual non Verbal

a. Tata letak (*Layout*)

Layout dikerjakan dengan tujuan agar memperoleh keseimbangan dalam perancangan suatu iklan. Dalam perancangan promosi Katering Nayaka ini *Layout* dibuat dalam bentuk sederhana, menarik, informatif dan efektif, sehingga menarik perhatian dan memiliki nilai jual. Dalam perancangan layout, yang perlu diingat bahwa iklan dibuat untuk menjual produk yang akan ditawarkan.

Dengan memperhatikan dan mengkombinasikan prinsip atau patokan berikut :

- 1) *The Law of Unity* : Sebuah iklan terdiri dari elemen-elemen berupa headline, subheadline, ilustrasi, teks, slogan dan lain-lainnya, semua elemen ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu kesatuan komposisi yang baik dan enak dilihat.
- 2) *The Law of Variety* : untuk menghindari kesan monoton, sebuah iklan harus dibuat bervariasi dalam beberapa hal, misalnya ketebalan dan ukuran huruf yang digunakan.

3) *The Law of Balance* : Headline atau ilustrasi gambarnya bisa memenuhi salah satu bagian, sedangkan bagian lainnya dapat berupa teks mengisi bagian lainnya.

Diharapkan layout yang dirancang dalam promosi ini dapat memberikan citra positif, elegan, namun sederhana dan mampu memberikan gambaran tentang positioning yang dilakukan Katering Nayaka dengan mengedepankan cita rasa yang nikmat serta pelayanan yang memuaskan dengan harga yang ekonomis.

b. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi periklanan karena sering dianggap sebagai “bahasa universal” yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa kata-kata (Dendi Sudiana, 1986 : 37). Ilustrasi dapat berupa gambar, foto, logo, *symbol*, grafik ataupun *pictograf*. Fungsi ilustrasi sendiri sebagai pelengkap tetapi juga menduduki sebagai gambaran dan sifat suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen dan dalam penempatannya ilustrasi juga memperindah komposisi media sehingga terlihat menarik.

Dalam materi promosi Katering Nayaka ini, ilustrasi menjadi unsur penting dalam menambah pengertian dari Katering Nayaka sendiri. Untuk perencanaan-perencanaan materi promosi ini, ilustrasi yang digunakan adalah *photography* sebagai ilustrasi iklan. Definisi foto adalah rekaman visual suatu peristiwa yang diambil dengan kamera dan berlangsung secara cepat dan tepat.

Dari segi photography. Ilustrasi yang ditampilkan dalam materi ini adalah beberapa menu unggulan dari Katering Nayaka, dengan tujuan memberi kepercayaan kepada konsumen tentang Katering Nayaka dalam produknya yang nikmat dan ekonomis.

c. Logo

Logo merupakan identitas suatu perusahaan (*Corporate Identity*). Identitas diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi segala hal yang khas atau unik berkenaan dengan perusahaan yang bersangkutan. Secara fisik, desain tersebut memiliki wujud sedermikian rupa sehingga akan dapat diingat khalayak dengan keberadaan perusahaan tersebut.

Logo yang akan digunakan dalam perencanaan promosi Katering Nayaka ini, yaitu visual gambaran orang yang sedang membawa makanan atau menyajikan makanan. Berikut adalah Graphic Standard Manual dari Logo Katering Nayaka

GRID

5									
4									
3									
2									
1									
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

CONFIGURATION



TYPOGRAFI

- English 111 Adagio BT
- Tw Cen MT

COLOUR GUIDE

- C 0 M 99 Y 95 K 0
- C 82 M 19 Y 89 K 0

SCALA



d. Tipografi

Tipografi adalah seni memilih huruf, dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia, menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia, dan menandai naskah untuk proses *typesetting*, menggunakan ketebalan atau ukuran yang berbeda (Frank Jefkins, 1996 : 248). Huruf mempunyai banyak jenis atau style. Masing-masing jenis tersebut biasanya disebut *typeface*. Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan, kemenarikan dan desain huruf tertentu dapat menciptakan gaya dan karakter atau menjadi karakteristik subyek yang diiklankan.

Dalam perencanaan periklanan ini, jenis huruf yang digunakan dalam pembuatan materi promosi Katering Nayaka, antara lain :

1) Tw Cen MT

Alasan memakai font ini dikarenakan simple dan tingkat keterbacaanya yang mudah.

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2) English 111 Adagio BT

Jenis huruf ini memiliki unsur dekoratif, berkesan unik dan menggambarkan keluwesan Katering Nayaka dalam memberikan kenikmatan dan pelayanan kepada konsumen. Jenis huruf ini digunakan dalam Logo materi promosi Katering Nayaka.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

e. Warna

Warna adalah elemen yang mempunyai pengaruh besar terhadap suatu desain. Karena elemen warna mampu merangsang mata manusia sehingga dapat membangkitkan ketertarikan dan emosi pemirsanya. Kemungkinan warna yang kami gunakan dalam visual branding ini adalah:

a). Putih



$C = 0, M = 0, Y = 0, K = 0$

Digunakan sebagai warna identity untuk Katering Nayaka secara umum.

Warna ini memberikan asosiasi bersih dan ringan, yang mencerminkan menu-menu makanan yang digunakan Katering Nayaka adalah bersih dan highienis.

b). Emas



$C = 2, M = 34, Y = 92, K = 0$

Digunakan dalam warna identity untuk Katering Nayaka secara umum.

Warna ini memberikan asosiasi glamour dan elegan, yang mencerminkan bahwa penyajian di Katering Nayaka sopan dan elegan.

c). Hitam



$C = 84, M = 73, Y = 75, K = 91$

Digunakan dalam warna identity untuk Katering Nayaka secara umum. Warna ini memberikan asosiasi kekuatan.

C. Perencanaan Media

1. Perencanaan Media

Media adalah segala sesuatu yang biasa kita gunakan sebagai alat menyampaikan informasi kepada khlayak luas. Perencanaan media yang tepat berdampak sangat baik bagi penyampaian pesan.

Adapun tujuan dari perencanaan media dari strategi promosi Katering Nayaka adalah :

- a. Menyampaikan informasi yang efektif dan efisien sekaligus mudah diingat masyarakat umum
- b. Menjangkau target audience yang diinginkan
- c. Menggali dan memaksimalkan peran media kreatif

2. Pemilihan Media

Dalam perancangan materi promosi Katering Nayaka ini, perancangan media yang dipilih sebagai berikut :

- a. *Stasionary*
 - 1) Kartu nama
 - 2) Nota
 - 3) Map
 - 4) Amplop
- b. *Souvenir*
 - 1) Stiker
 - 2) Jam dinding
 - 3) Mug
- c. Media In Door
 - 1) X-banner

- 2) Kaos pegawai
 - 3) Daftar menu Katering
 - 4) Plastik Sendok
 - 5) Kalender
 - 6) Sragam Sinoman
 - 7) Tissue Snack
- d. Media Out Door
- 1) Poster
 - 2) Spanduk
 - 3) Flyer
 - 4) *Nameboard*
 - 5) Kemasan
 - 6) Mobil Box Katering (*Mobile Branding*)

C. Karya

Berikut merupakan ulasan tentang spesifikasi karya dalam materi promosi Katering Nayaka, antara lain :

1. Media Penunjang Administrasi (*Stationary*)

a. Kartu nama

Kartu nama selain berfungsi sebagai pengenalan diri atau identitas dari Katering Nayaka, juga dapat berfungsi sebagai media komunikasi untuk berpromosi atau beriklan pada khalayak umum. Karena kartu nama ini akan dibagikan kepada khalayak umum.

Kartu nama ini dibuat satu muka dengan ukuran standard yaitu 9 cm x 5,5 cm dan menampilkan warna ciri khas dari Katering Nayaka juga memadukan Logo dari Katering Nayaka, serta baseline dan slogan sebagai penjelas.

b. Nota

Selain sebagai media promosi, nota berfungsi sebagai tanda bukti pembayaran setiap transaksi yang dilakukan di Katering Nayaka.

Nota dengan ukuran 17,5 cm x 10 cm ini didesain dengan kolom-kolom disertai keterangan/penjelas lainnya disertai Logo, slogan dan alamat lengkap dari Katering Nayaka.

c. Stop Map

Map berfungsi sebagai tempat menyimpan arsip-arsip dari Katering Nayaka.

Map ini selain untuk menyimpan arsip-arsip kantor, juga sebagai pelindung sewaktu pengiriman dokumen atau lainnya kepada perorangan, lembaga atau perusahaan, jadi map ini sangat efektif sebagai media komunikasi untuk berpromosi dengan khalayak umum.

Dengan ukuran 35 x 25 cm, desain dari stopmap ini yaitu pada cover depan terdapat Logo dari Katering Nayaka, slogan, bodycopy dan baseline disertai dengan tampilan ilustrasi aneka menu dari Katering Nayaka,

d. Amplop

Amplop berfungsi sebagai alat untuk mengirim surat sekaligus stationary dari Katering Nayaka.

Dengan ukuran 21 X 11 cm, desain dari Amplop ini yaitu terdapat logo Katering Nayaka dan alamat lengkap.

2. Souvenir/Merchandises

a. Stiker

Merupakan media yang sangat relatif disukai oleh sebagian masyarakat dan mempunyai daya tahan yang cukup lama diantara media lainnya. Selain itu media ini sangat fleksible, dalam artian media ini dapat ditempatkan dimanapun tergantung selera, sehingga stiker memiliki kemampuan sebagai media promosi periklanan yang sangat efektif. Stiker diberikan secara cuma-cuma kepada pelanggan.

Pada stiker didesain dengan cukup sederhana dan menarik, dengan ukuran 5,5 cm x 3,5 cm dengan menampilkan Logo, Slogan dan baseline dari Katering Nayaka. Katering Nayaka juga memberikan alternatif yaitu cutting sticker dari logo Katering Nayaka

b. Jam Dinding

Jam dinding dapat juga sebagai media promosi Katering Nayaka. Dengan menampilkan konsep desain Katering Nayaka dan dibuat dengan ukuran jam dinding seperti biasa, desain dalam item promosi ini menampilkan Logo, slogan dan baseline sebagai penjelasan. Jam dinding tersebut akan diberikan secara cuma-cuma sebagai cinderamata kepada pengguna jasa Katering Nayaka.

c. Mug

Mug atau lebih dikenal sebagai cangkir yang dibuat dengan menggunakan bahan dasar tanah liat ini memiliki fungsi sebagai media periklanan yang efektif. Dengan kegunaan primer sebagai tempat minum, mug juga memiliki kegunaan sekunder yaitu sebagai penempatan media promosi atau penghias. Dalam promosi ini mug diberikan secara cuma-cuma pada pelanggan.

Konsep pada pembuatan mug ini berukuran standard, dengan menampilkan logo, slogan dan baseline dari Katering Nayaka sendiri sebagai materi promosi tersebut.

3. Media *In door*

a. *X- banner*

Media ini cukup efektif, karena sangat menonjol konsep desain yang memang penting dalam materi promosi ini. Dalam materi materi promosi Katering Nayaka, X-Banner dibuat dengan ukuran standart yaitu 60 x 160 cm. Dengan menampilkan beberapa ilustrasi foto-foto menu Katering Nayaka disertai Logo, *headline*, *bodycopy* serta alamat lengkap. Sebagai media promosi, X-Banner akan ditempatkan di bagian depan dekat pintu masuk Katering Nayaka sebagai ucapan selamat datang.

b. Kaos Pegawai

Kaos atau lebih dikenal dengan sebutan T-Shirt ini selain berfungsi sebagai penutup tubuh, juga dapat dijadikan sebagai media iklan berjalan. Media ini sangat efektif untuk menyampaikan sebuah pesan ataupun materi promosi perikanan.

Media ini digunakan untuk para pegawai, dengan pemilihan warna yang tepat dan menampilkan logo untuk bagian depan sebelah kanan atas, untuk bagian belakang juga menampilkan logo Katering Nayaka.

c. Daftar Menu

Selain sebagai media promosi, media ini juga sebagai penyampai menu-menu yang ditawarkan sekaligus mempermudah konsumen dalam memilih menu sesuai selera konsumen

Daftar menu ini dibuat menyerupai buku dan di jilid spiral untuk desain sendiri menampilkan ilustrasi dari menu-menu yang ditawarkan Katering Nayaka, disertai logo dan slogan serta beberapa ornamen

d. Plastik Sendok

Plastik Sendok ini selain berfungsi sebagai pelindung sendok dari debu, juga bisa menjadi media promosi. Media ini sangat efektif dan langsung tepat sasaran untuk menyampaikan sebuah pesan ataupun materi promosi periklanan. Desain ini mencantumkan logo dari Katering Nayaka, slogan serta baseline

e. Kalender

Media ini memang sering sekali digunakan di berbagai perusahaan ataupun instansi pemerintah untuk melakukan promosi atau iklan. Hal ini terjadi karena hampir setiap orang memiliki, memerlukan dan menggunakan kalender sebagai penanda hari, tanggal, bulan dan tahun. Maka dari itu kalender juga dapat menjadi media yang efektif untuk menunjang materi promosi dari Katering Nayaka.

Konsep desain kalender ini sendiri tergolong sederhana, dengan menampilkan 7 halaman berukuran 15 cm x 12 cm, dengan cover depan menampilkan tahun, disertai logo, baseline serta ucapan selamat tahun baru. Untuk halaman berikutnya yang memuat 2 bulan, dengan desain tiap halaman menampilkan ilustrasi dari menu dari Katering Nayaka agar lebih menarik disertai slogan dan baseline dari Katering Nayaka.

f. Seragam Sinoman

Seragam Sinoman selain berfungsi sebagai seragam yang menarik dan berkesan rapi, juga dapat dijadikan media promosi yang efektif. Seragam

sinoman di buat menyerupai rompi dengan kombinasi warna hitam serta motif batik yang membuat sinoman tampak rapi dan sopan serta tidak lupa menmemberi logo Katering Nayaka di bagian depan kanan atas.

g. Tissue Snack

Tissue Snack selain berfungsi sebagai pembersih setelah menyantap snack dari Katering Nayaka , juga dapat dijadikan media promosi yang efektif. Tissue Snack di desain hanya menampilkan logo Katering Nayaka di bagian depan lipetan tissue tersebut.

4. Media *Out door*

a. Spanduk

Spanduk merupakan media luar ruangan yang berbentuk horizontal memanjang, yang dipasang pada tempat strategis. Sebagai strategi promosi Katering Nayaka, spanduk akan dipasang di jalan yang strategis Konsep desain media ini yaitu berukuran 1 m x 3 m, dengan menampilkan Logo, slogan, body copy dan alamat lengkap disertai ilustrasi dari menu yang ditawarkan Katering Nayaka, diharapkan mampu menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

b. Brosur

Media ini sangat efektif untuk menunjang promosi Katering Nayaka, karena penyebarannya tak terbatas dan isi yang disampaikan lebih detail dalam menyampaikan promosinya. Dalam konsep media ini berukuran 10 x 20 cm berupa selebaran dengan menampilkan Logo, slogan dan alamat lengkap disertai gambar kedai dan menu-menu yang ditawarkan oleh Katering Nayaka.

c. *Nameboard*

Merupakan media yang efektif untuk menunjang promosi Katering Nayaka, selain sebagai penunjuk lokasi Katering Nayaka. Namebord ini menampilkan logo Katering Nayaka.

d. Kemasan

Kemasan dalam promosi ini berfungsi sebagai wadah atau tempat dari menu Katering Nayaka yang memesan untuk acara tertentu. Selain sebagai wadah, kemasan juga berfungsi sebagai media promosi lini bawah untuk menanamkan citra Katering Nayaka, yang selalu menyajikan masakannya secara nikmat dan ekonomis.

Desain kemasan ini dibikin sederhana sekali, namun elegan. Bentuk seperti pada umumnya yaitu kotak yang terbuat dari kertas karton , dan di bagian atas ditempelin logo Katering Nayaka.

e. Mobil Box Katering

Mobil Box media yang efektif untuk menunjang promosi Katering Nayaka, selain sebagai alat untuk mengangkut barang- barang Katering Nayaka, Mobil ini di desain dengan teknik air brush logo Katering Nayaka di bagian box mobil tersebut.

BAB IV VISUALISASI KARYA

A. Stationery

1. Kartu Nama



- Media Bahan : Glossy paper, Laminasi doff
- Ukuran : 9 cm x 5,5 cm
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, warna, ilustrasi foto menu
- Tipografi : *Tw Cen MT, English 111Adagio BT*
- Format Desain : *Landscape*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : Cetak Offset

2. Nota

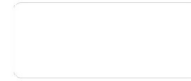


- Media Bahan : Glossy Paper, laminasi doff
- Ukuran : 35 cm x 25 cm
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, ilustrasi menu, dan slogan
- Tipografi : Tw Cen MT, English 111 Adagio BT
- Format Desain : Potrait
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : Cetak Offset

4. Amplop



*Acara jadi nikmat
dengan Katering Nayaka*



Baluwarti Rt. 03/III Solo (0271) 205 1 205

Media Bahan : Kertas Amplop
Ukuran : 21 cm x 11 cm
Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, slogan, alamat
Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Adagio BT*
Format Desain : *Landscape*
Proses Visualisasi : Corel Draw X3
Realisasi : Cetak Offset

B. SOUVENIR

5. Sticker



Media Bahan : Kertas Sticker

Ukuran : 9 cm x 5,5 cm

Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, dan alamat

Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Adagio BT*

Format Desain : *Landscape*

Proses Visualisasi : Corel Draw X3

Realisasi : Cetak sticker

6. Jam dinding



- Media Bahan : Glossy paper
- Ukuran : diameter 22 cm
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, dan alamat
- Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Adagio BT*
- Format Desain : *Lingkaran*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : Cetak

7. Mug



- Media Bahan : Mug / Keramik
- Ukuran : Standar Mug
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, alamat dan gambar menu
- Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Adagio BT*
- Format Desain : *Landscape*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : Cetak Mug

C. MEDIA PROMOSI INDOOR

8. X-banner



Media Bahan : MMT

Ukuran : 160 cm x 60 cm

Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, gambar menu, slogan dan alamat

Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Adagio BT*

Format Desain : *Portrait*

Proses Visualisasi : Corel Draw X3

Realisasi : Cetak Offset

9. Kaos Pegawai



- Media Bahan : Combed cotton
- Ukuran : *All size*
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, *dan alamat*
- Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Adagio BT*
- Format Desain : *Landscape*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : Sablon

10. Daftar Menu Katering



- Media Bahan : Glossy paper laminasi doff
- Ukuran : 15 cm x 20 cm
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, alamat dan gambar menu
- Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Adagio BT*
- Format Desain : *Portrait*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : Cetak offset

11. Bungkus Sendok



- Media Bahan : Plastik
- Ukuran : 13 cm x 5 cm
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, dan alamat
- Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Alagio BT*
- Format Desain : *Landscape*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : *Digital Print*

12. Kalender



Media Bahan : Glossy paper laminsai doff

Ukuran : 15 cm x 21 cm

Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, alamat, slogan serta tampilan menu

Katering Nayaka

Tipografi : Tw Cen MT, English 111 Alaigo BT

Format Desain : Landscape

Proses Visualisasi : Corel Draw X3

Realisasi : Cetak

13. Sragam Sinoman



Media Bahan : Kain

Ukuran : All size

Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka

Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Alaigo BT*

Format Desain : *Landscape*

Proses Visualisasi : Corel Draw X3

Realisasi : Bordir

14. Tempat Tisu



- Media Bahan : Tempat tisu
- Ukuran : 19 cm x 8 cm
- Ilustrasi Desain : logo Katering Nayaka dan slogan
- Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Aliago BT*
- Format Desain : *Landscape*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : Cetak

D. MEDIA PROMOSI OUT DOOR

15. Poster



- Media Bahan : MMT
- Ukuran : 1 x 3 meter
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, alamat, slogan serta tmpilan menu
- Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Aliago BT*
- Format Desain : *Landscape*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : Cetak

16. Spanduk



- Media Bahan : MMT
- Ukuran : 1 x 3 meter
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, alamat, slogan serta tmpilan menu
- Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Aliago BT*
- Format Desain : *Landscape*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : Cetak

17. Flyer



Media Bahan : Art paper

Ukuran : 10 x 20 cm

Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka, alamat dan gambar menu

Tipografi : Tw Cen MT, English 111 Aliago BT

Format Desain : Landscape

Proses Visualisasi : Corel Draw X3

Realisasi : Cetak

18. Nameboard



- Media Bahan : bahan *Nameboard*
- Ukuran : 200 x 80 cm
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka dan alamat
- Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Aliago BT*
- Format Desain : *Landscape*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : *Handmade*

19. Kemasan



Media Bahan : Kemasan

Ukuran : p = 19 cm , l = 13 cm , t = 8cm

Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka dan alamat

Tipografi : *Tw Cen MT, English 111 Aliago BT*

Format Desain : *Landscape*

Proses Visualisasi : Corel Draw X3

Realisasi : Cetak

20. Mobil Box Katering (*Mobile Branding*)



- Media Bahan : Mobil Box
- Ukuran : 3,5 x 2 meter
- Ilustrasi Desain : Logo Katering Nayaka
- Tipografi : *Tw Cen MT, En lish 111 Aliago BT*
- Format Desain : *Landcape*
- Proses Visualisasi : Corel Draw X3
- Realisasi : *Cutting Sticker*

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Untuk membuat perancangan promosi sebuah perusahaan, dalam hal ini secara khusus adalah Katering Nayaka, diperlukan riset untuk memperoleh bermacam data. Data tersebut meliputi informasi tentang perusahaan, proses produksi, konsumen yang dituju, kelebihan dan kekurangan produk. Semua data yang mudah diperoleh nantinya akan kita gunakan untuk menentukan *image* perusahaan. Dengan *image* yang tepat Katering Nayaka akan mendapat tempat khusus dibenak konsumen di kota Surakarta.

Selain penentuan *image* yang tepat. Hal lain yang tidak kalah penting adalah perancangan media promosi yang meliputi desain visual, pesan yang ingin disampaikan, pemilihan media dan media *placement*. Media promosi inilah yang akan menyapa dan memperkenalkan Katering Nayaka kepada konsumen.

Dengan media promosi yang efektif dan tepat sasaran yang sudah di buat tersebut diharapkan Katering Nayaka akan menjadi pilihan utama para konsumen di kota Surakarta.

B. Saran

Katering Nayaka perlu mewujudkan Media Promosi yang sudah di buat tersebut dengan tujuan untuk lebih mnegenalakan kepada konsumen tentang

keberadaan Katering Nayaka serta untuk membangun *image* Katering Nayaka di benak konsumen bahwa Katering Nayaka adalah Katering yang nikmat dan ekonomis serta berkeinginan supaya konsumen selalau menggunakan jasa boga dari Katering Nayaka di setiap acara yang di selenggarakan.

DAFTAR PUSTAKA

Amir F. Sofyan dan Tonny Hidayat, 2008. Komputer Grafis: Image Editing, Desain grafis dan Page Layout. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Hendi Hendratman, 2006. Computer Graphic Design. Bandung: Informatika Bandung.

Jonathan Sarwono dan Hary Lubis, 2007. Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Kusrianto Adi, 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Richard L. Johannesen, 1990. Etika Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung.